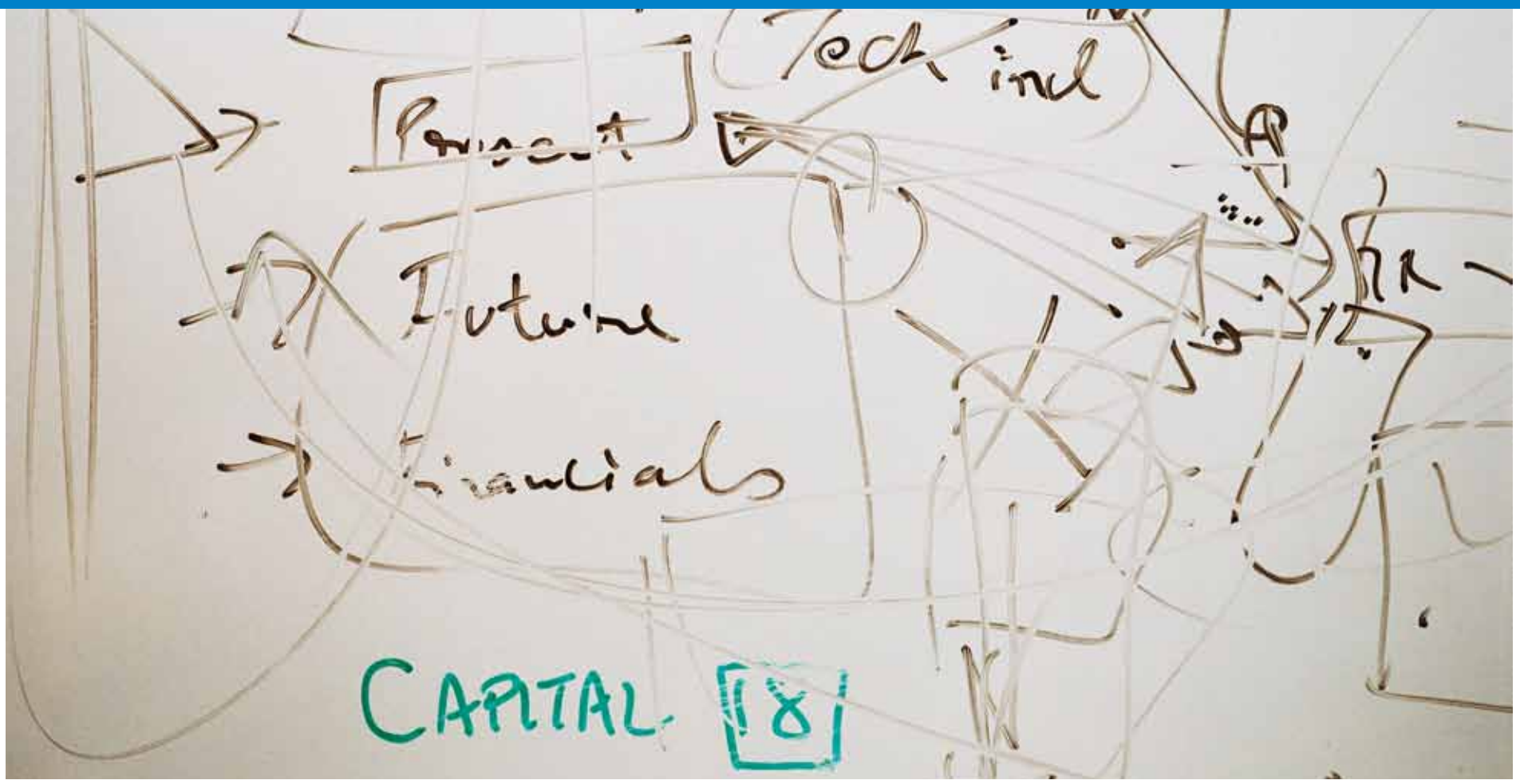

© Olivier Culmann/Tendance floue

Économie collaborative : et si on partageait ?

Consommation collaborative, peer-to-peer, financement participatif, *Do it yourself*… l'économique collaborative recouvre des projets, des objectifs et des modèles économiques très différents.

Elle repose sur des principes simples : l'échange d'individu à individu et l'optimisation de l'usage des biens, qu'ils soient matériels (voitures, logements, équipements…) ou immatériels (connaissances, compétences…) (article page 10). Des particuliers partagent désormais leur voiture, hébergent des inconnus, se prêtent ou louent des appareils électroménagers et s'échangent des services type garde d'enfants contre réparation de robinet. À partir de ces initiatives, qui remettent au goût du jour des formes d'échanges très anciennes, certains se sont professionnalisés et ont créé de véritables PME à l'image des sites de covoiturage, susceptibles d'inquiéter des acteurs économiques traditionnels.

Privilégier l'usage sur la propriété, devenir fournisseur de biens ou de services, cela ne fait pas des particuliers-consommateurs des militants purs et durs, puisqu'il s'agit autant de réaliser des économies que de consommer différemment, moins mais mieux. Pourtant, à l'heure de l'hyper-consommation individuelle, l'économie collaborative n'en apparaît pas moins comme un bol d'air. Pour Michèle Debonneuil toutefois, elle ne pourra se développer qu'à la périphérie d'une économie de marché dont l'offre est organisée par des professionnels. En revanche, le développement de « solutions », qui satisferont les besoins spécifiques du consommateur dans sa vie quotidienne par la mise à disposition de biens et de personnes, permettra l'émergence d'un grand secteur de l'économie, celui de l'« économie quaternaire » (article page 11). Quelles que soient leurs formes et leur portée, ces initiatives peuvent aujourd'hui gagner en fluidité et se développer à grande échelle grâce à la technologie informatique du peer-to-peer et au réseau. Michel Bauwens voit, par exemple, dans la véritable dynamique peer-to-peer, où les communautés ouvertes s'auto-organisent pour créer de vrais biens communs, une manière de « dépasser » le capitalisme en le mettant à la marge (article page 15).

Autre pan de l'économie collaborative : le *crowdfunding,* littéralement « financement par la foule » et traduit par financement participatif. Développé avec Internet, il permet de financer un projet (artistique, innovation, micro-entrepreneurs…) par la mise en commun d'une multitude d'apports individuels. Fin 2013, entre 70 et 80 millions d'euros ont été investis en France sur ces plateformes sous forme de dons, de prêts ou d'investissement en capital. Là encore, pas de révolution mais une réadaptation des métiers à l'âge du web (article page 12). En permettant la levée massive de dons, le *crowdfunding* apparaît comme un véritable levier de développement pour le microcrédit (article page 13) mais aussi un outil au service des associations, qui peinent aujourd'hui à trouver des financements via les collectes traditionnelles et les pouvoirs publics (article page 14).

L'innovation financière que constitue le *crowdfunding* n'est pas sans soulever quelques interrogations, notamment sur la pérennité de l'engagement puisque l'internaute donne pour un projet et non pour une association (article page 14). Autre point : l'économie collaborative, notamment parce qu'elle fait une place à l'expérience du particulier, se développe aux frontières des monopoles et se heurte aux barrières juridiques qui ont permis leur émergence (article pages 12-13-14). Durable ou pas, l'économie collaborative est en plein essor… Faut-il y voir une « révolution ? ». Seul l'avenir le dira. Mais aujourd'hui, elle fait déjà bouger les lignes. Et à ce titre, elle peut sans aucun doute inspirer les acteurs traditionnels de l'économie et les associations.

• Ariane Ioannides

DANS CE DOSSIER

• Enjeux : Consommation collaborative, une économie du partage

• Point de vue : Vers une économie des solutions

• Perspectives :
- Le crowdfunding, un modèle en devenir
- Levier de développement du microcrédit
- Vers un droit collaboratif
- Connexions participatives

• Idée : Peer-to-peer : « Nous sommes en train de changer d'ère »

Rédacteurs en chef du dossier :
Ariane Ioannides et Richard Robert

ENJEUX

Consommation collaborative, une économie du partage

Nous assistons actuellement à une véritable co-révolution : covoiturage, couchsurfing, coworking, crowdfunding, troc ou encore peer-to-peer et co-création sont autant de facettes d'une nouvelle économie dont la créativité renouvelle progressivement notre quotidien. Quels en sont les ressorts ? Pourquoi se développe-t-elle si rapidement ? Qui consomme ainsi ? Et quelles perspectives cela ouvre-t-il ?

© Philippe Desmazes/AFP

Tout a commencé par un livre *What's Mine is Yours* dont le message a fait le tour du monde en démocratisant le terme « consommation collaborative ». Son auteur, l'Anglaise Rachel Botsman [1], analyse en détail l'émergence d'un nouveau mode de consommation. Si Internet a bouleversé nos modes d'achat, nous assistons aujourd'hui à une « *croissance exponentielle des formes de revente, de location, de partage, de troc, d'échange, permise par les nouvelles technologies et notamment les technologies peer-to-peer* » explique-t-elle en analysant la multiplication des sites Internet sur lesquels les consommateurs échangent, louent ou achètent entre eux toutes sortes d'objets, de lieux, de services ou même de savoir-faire.

PRIVILÉGIER L'USAGE SUR LA PROPRIÉTÉ

Mutualisation en réseau des ressources possédées par chacun et optimisation des usages sont au cœur de ces nouveaux services qui, fondamentalement, remettent au goût du jour des logiques très anciennes : si la colocation et le covoiturage ne sont pas des concepts nouveaux, ceux de *couchsurfing,* de *crowdfunding,* de *coworking,* de *colunching* et bien d'autres « co » le sont beaucoup plus. Aujourd'hui, les principes de troc, de don et d'échange sont renouvelés par le pair-à-pair (P2P), une technologie informatique qui permet aux ordinateurs de communiquer en réseau, d'être à la fois client et serveurs et de partager ainsi simplement des contenus multimédia (fichiers, musiques, films, téléphonie, etc.) via Internet. Le système fonctionne d'autant mieux que le nombre d'ordinateurs (de nœuds) est important dans le réseau, rendant ainsi plus facile le partage de fichiers très demandés.

En favorisant l'usage sur la propriété et en déplaçant les modes de consommation d'un réflexe d'achat neuf en magasins à des solutions d'emprunt, de location ou d'achat d'occasion entre particuliers, ces nouveaux réflexes sont de nature à favoriser une économie plus durable. Aussi est-il possible de différencier plusieurs types d'initiatives, à commencer par celles qui favorisent l'usage partagé et transforment les biens en services. Dans cette approche servicielle, les « fournisseurs d'accès » sont tantôt des organisations (privées ou publiques), tantôt des particuliers propriétaires qui optimisent et rentabilisent l'usage de leurs possessions.

Exemple type : l'autopartage. Les statistiques indiquent qu'une voiture reste à l'arrêt entre 92 et 95 % du temps. Pourquoi, dans ces conditions, ne pas optimiser son taux d'usage ? Les particuliers peuvent donc utiliser des sites comme Buzzcar, Drivy, Deways, Livop ou encore Voiturelib pour louer leur voiture quand ils ne l'utilisent pas. Avec le réseau Citiz, Mobizen ou Autolib (à Paris, et maintenant Bordeaux) le principe reste le même avec une structure privée qui met à disposition une flotte de voitures aux particuliers.

Viennent ensuite les dynamiques participatives d'achats groupés ou de financement collaboratif qui rendent possible la réalisation d'un projet. Des associations pour le maintien de l'agriculture paysanne (Amap) à la finance participative, en passant par les dynamiques de production inspirées des logiciels libres ou de l'économie coopérative, les initiatives regroupées ici reposent sur le partage d'un objectif commun entre les différents contributeurs.

Ainsi, MyMajorCompany, Ulule, KissKissBankBank, BulbinTown, Particeep, Wiseed, Bluebees ou Babyloan sont autant de plateformes sur lesquelles il est possible de financer un projet, dans une optique solidaire, avec contrepartie monétaire ou non. Depuis dix ans, pas moins de six milliards de dollars ont été récoltés de la sorte dans le monde. D'ici 2020, les montants devraient atteindre les 1 000 milliards de dollars d'après le magazine *Forbes.*

La redistribution caractérise la troisième catégorie de projets, dans laquelle il est possible d'intégrer les logiques de troc (dans une approche non marchande) ou de revente (dans une approche marchande). On échange une propriété, un savoir contre un autre, ou contre un équivalent temporel ou monétaire qui en reflète la valeur.

Livres, CD, DVD et jeux vidéos font partie des objets qui se troquent le plus (voir sur troc.com ou gchangetout.com). Mais le développement de la consommation collaborative favorise l'apparition de sites qui permettent de troquer des vêtements (Myrecyclestuff, Corecyclage, Vestiairedecopines, KidiTroc, etc.) de récoltes (Lepotiron, Nos-jardins) voire même de revues et magazines à l'échelle d'un voisinage (Trocdepresse).

Arrivent enfin les initiatives de cohabitation où prime le plaisir d'agir ensemble. On partage ainsi un lieu, un moment, une activité ou une expérience. La notion de propriété n'entre pas en compte, les contributeurs s'attachent à favoriser un bien commun.

Du don via les réseaux locaux de Freecycle ou des zones de gratuité au plaisir de voyager en *couchsurfing,* de la pratique de l'auto-stop à la participation à un système d'échange local ou à une Trade School pour échanger savoirs et compétences, telles sont les initiatives qui reviennent sur le devant de la scène en trouvant de nouveaux publics via le web aujourd'hui.

CONSOMMER AUTREMENT

Les logiques qui sous-tendent ces différents modes de contribution et d'échange se modulent également pour les usagers selon leur esprit tantôt solidaire, tantôt lié à un partage de frais ou besoin de gagner du pouvoir d'achat et de faire des profits. Une étude réalisée par l'Obsoco en novembre 2013 prouve d'ailleurs que les Français entrent dans ces nouveaux modes de consommation pour des raisons purement économiques. Si 46 % d'entre eux souhaitent consommer moins, il apparaît que ces alternatives s'ancrent désormais dans le corps social. L'exemple le plus parlant est celui de l'automobile, désacralisée, ramenée à sa fonctionnalité, en victime des arbitrages de consommation. En 2013, 17 % des Français ont loué une voiture, le plus souvent auprès d'un loueur professionnel, mais 22 % sont passés par l'autopartage (type Autolib') et 21 % auprès d'un particulier. Un Français sur quatre a utilisé le covoiturage, dont 10 % régulièrement.

Pour Nathalie Damery, présidente de l'Obsoco, les frontières sont poreuses aujourd'hui entre l'univers marchand traditionnel et ces nouvelles formes de consommation : « *Il ne s'agit plus d'alternatives à la consommation. Louer devient la norme sur certains produits (bricolage ou puériculture), l'achat malin s'allie à la nécessité. Les Français veulent en avoir plus pour moins, ce n'est pas militant, c'est une nouvelle façon de consommer.* »

Avec la crise, les Français hyper-consomment autrement et cultivent différemment leur lien social. Mais comme le note encore l'Obsoco, l'engouement des médias pour la consommation collaborative vient de l'image offerte par la jeunesse et l'esprit enchanteur des start-up qui se créent dans le secteur : « *Si ces pratiques vont se développer, il existe encore un fossé entre le bruit médiatique autour de ces initiatives et la réalité : la consommation collaborative reste jeune et urbaine, alors que les comportements émergents que nous observons touchent tous les Français, mixent les générations et les catégories socioprofessionnelles* » note Nathalie Damery.

En attendant, le travail effectué en France et à l'étranger par l'association Ouishare, ainsi que la variété d'initiatives qui voient le jour au quotidien dans l'Hexagone participent chaque jour au formidable essor de cette nouvelle économie du partage et de la collaboration. *So… let's co?*

• Anne-Sophie Novel

Anne-Sophie Novel est économiste, journaliste et auteur de *La vie share, mode d'emploi* (2013) et *Vive la corévolution* (2012, avec Stéphane Riot) aux éditions Alternatives.
Son blog : www.demoinsenmieux.com

À suivre : www.consocollaborative.com
www.collaborativeconsumption.com
www.ouishare.net
Entre le 5 et le 7 mai 2014 : la seconde édition du OuishareFest à Paris.

1. Rachel Botsman, *What's Mine is Yours : The Rise of Collaborative Consumption,* 2011, éditions Collins.

POINT DE VUE

Vers une économie des solutions

Avec l'économie collaborative et le « peer-to-peer », la distinction entre les producteurs et les consommateurs s'estompe. Le consommateur devient un producteur intermittent. Porteuse de profondes transformations, cette économie a pourtant ses limites : elle ne peut se développer qu'à la périphérie d'une économie de marché dont l'offre est organisée par des professionnels. L'enjeu est alors de réinventer cette économie. Comment ?

L'industrie fut longtemps ce grand secteur porteur de gains de productivité sur lequel se sont greffés les services publics et le système de protection sociale. Aujourd'hui ce secteur est à bout de souffle. Les consommateurs des pays développés sont suréquipés. Ce secteur ne crée plus d'emplois et ne fait plus rêver.

Il faut donc retrouver un grand secteur, qui jouera le rôle du secteur industriel au siècle dernier. D'une part, les ménages auront envie de s'équiper avec les nouveaux produits proposés. D'autre part, il apportera régulièrement des gains de productivité grâce à l'incorporation d'innovations technologiques, et des emplois qui pourront bénéficier de la distribution de ces gains de productivité sous forme de pouvoir d'achat.

NI DES BIENS, NI DES SERVICES

Ce secteur est en train de se créer. Maintenant que l'on est capable d'avoir, en temps réel, toutes sortes d'informations sur les besoins de chaque consommateur et de déclencher, en temps réel, des actions pour y répondre, il est possible de satisfaire les besoins avec des produits radicalement nouveaux. Ces produits ne sont ni des biens, ni des services. Appelons-les des « solutions ».

Une « solution » est une mise à disposition de biens ou de personnes sur le lieu de vie du consommateur, en réponse à un besoin spécifié par des informations individualisées et actualisées le concernant ou concernant son environnement. Ce peut être aussi un déclenchement d'action à distance dans les cas très simples où cela peut remplacer l'intervention humaine (mise en route du chauffage à distance, etc.). On considérera qu'il s'agit encore d'une « solution » lorsque le consommateur réagit lui-même à une information le concernant.

Ces solutions pourront être vendues sous forme de bouquets les rassemblant de façon à répondre à toute une catégorie de besoins. On est loin de l'achat de biens et même de services à l'ancienne. En effet, un service, au sens de la comptabilité nationale, est une mise à disposition temporaire de biens ou de personnes ayant des savoirs ou des savoir-faire. Les services à l'ancienne consistent en des mises à disposition de biens individuels de façon exceptionnelle (location), ou collectifs (chambres d'hôtel, lits d'hôpital, train) dans des lieux dédiés. Quant aux mises à disposition de personnes, elles se font aussi dans des lieux dédiés et dans des situations accidentelles ou temporaires (panne pour les services après-vente, problème financier, renouvellement d'assurance, maladie pour les services de santé, perte d'autonomie pour les services de maison de retraite, éducation pour les enfants…). Il s'agit alors souvent de services publics et sociaux.

Les solutions vont permettre d'organiser la mise à disposition de biens et de personnes sur les lieux de vie pour répondre à des besoins de la vie quotidienne de chaque consommateur. Leur développement créera un nouveau secteur qui bouleversera autant notre économie que l'industrie l'a fait dans l'économie artisanale lors des première et seconde révolutions industrielles. Les modes de production et les modes de vie en seront fondamentalement modifiés. Comme ces solutions dépassent la distinction ancienne entre le secondaire et le tertiaire, je propose de les qualifier de « quaternaires ».

Comme le secteur industriel a donné son nom à « l'économie industrielle », on appellera « économie quaternaire » l'économie renouvelée par l'arrivée de ce nouveau grand secteur des « solutions quaternaires ».

LA « RÉVOLUTION » DE L'ÉCONOMIE QUATERNAIRE

Donnons quelques exemples pour mieux comprendre en quoi ces nouveaux produits vont révolutionner les modes de vie et de consommation.

Les biens, tout d'abord. La création de valeur va se déplacer vers l'aval de la fabrication des biens neufs, en assistant les consommateurs dans l'usage des biens tout au long de leur cycle de vie. Des solutions vont permettre de mettre à la disposition des consommateurs, sur leurs lieux de vie, les biens qu'ils avaient l'habitude d'acheter. Désormais, ce sera la façon courante de disposer des biens.

Ces mises à disposition prendront des formes différentes selon les types de biens. Pour les véhicules, les « solutions » prennent la forme d'« auto-partage » (lorsque les véhicules partagés sont gérés par une entreprise), ou de « covoiturage » (lorsqu'ils appartiennent à des consommateurs). De même, les appareils électroménagers ne seront plus nécessairement achetés. Des solutions permettront de les mettre à la disposition des consommateurs sur leurs lieux de vie. L'entreprise devra s'informer sur les divers appareils souhaités par chaque consommateur, organiser l'intervention de personnes pour livrer les appareils, pour les connecter, former les consommateurs à leur usage, les entretenir et les enlever pour recyclage.

Mais c'est surtout en matière d'accompagnement des particuliers dans leur vie quotidienne que les solutions vont changer radicalement les modes de consommation. Ce type de besoin a toujours existé, mais les produits pour les satisfaire sont restés sous-développés car les technologies de la mécanisation n'étaient pas adaptées pour le faire efficacement. Ils sont restés minimaux et cantonnés à des populations particulières, dans le cadre du particulier-employeur ou de services sociaux d'aide aux personnes fragiles en perte d'autonomie.

> *« C'est grâce à la richesse créée par ce nouveau grand secteur [...] que pourront se renouveler les services publics et sociaux, les systèmes sociaux, l'économie sociale. »*

Pour comprendre ce que seront ces bouquets de solutions, il suffit de décrire les premiers que l'on voit apparaître. Ils sont dédiés aux personnes en perte d'autonomie. En effet, c'est pour cette catégorie de population qu'apparaît tout l'intérêt qu'il y a, plutôt que d'aller en maison de retraite, à vivre chez soi, d'une tout autre façon, pour y vivre plus longtemps en bonne santé. La personne âgée accédera à ces bouquets de « solutions » grâce à une tablette très simple d'usage et très résistante, dont l'ergonomie et le design sont en train d'être co-créés par les usagers volontaires dans les territoires pionniers. Ces tablettes, toujours prêtes à l'emploi, proposent diverses applications, en plus bien sûr du téléphone, d'Internet et de ses services habituels. Les applications proposées sur l'écran sont choisies pour répondre aux besoins fréquents et spécifiques de la personne qui utilise la tablette. Des échanges seront prévus entre les usagers qui le souhaitent, mais aussi entre eux et les personnes en charge des solutions (professionnels de santé, intervenants, aidants, famille…). Ainsi, on pourra demander à la personne en perte d'autonomie de choisir son menu, s'informer sur sa santé…

De tels bouquets pourront être adaptés pour toute autre catégorie de la population, par exemple pour des enfants, mais aussi pour la population dans la pleine force de l'âge pour détecter des incendies au domicile, pour connaître toutes sortes de paramètres concernant l'environnement, pour optimiser l'usage du chauffage, pour mettre en veille tous les appareils qui consomment de l'énergie quand on ferme la porte, pour suivre les enfants sur les trajets de l'école, pour communiquer avec les professeurs des écoles, dialoguer avec les professionnels de santé…

C'est grâce à la richesse créée par ce nouveau grand secteur des solutions quaternaires que pourront se renouveler les services publics et sociaux, les systèmes sociaux, l'économie sociale. C'est aussi parce qu'un nombre croissant de particuliers travailleront dans ce nouveau secteur porteur de gains de pouvoir d'achat et permettant à tous de vivre mieux que pourra se développer la consommation collaborative de « biens communs ».

• **Michèle Debonneuil**

Michèle Debonneuil est chargée d'une mission sur l'économie quaternaire par le Premier ministre à la Caisse des dépôts, administratrice de l'Insee et inspectrice générale des finances. Son étude sur « les solutions quaternaires pour aider à sortir de la crise », remis au CESE doit paraître en février 2014.

1. Un produit est un terme général. Les biens et les services sont deux grandes catégories de produits. Les « solutions » sont une nouvelle catégorie de produits.

PERSPECTIVES

Le crowdfunding, un modèle en devenir

En un peu plus de trois ans, le financement participatif de projets par le biais d'Internet a explosé en France. Sous forme de don, de prêt, ou d'investissement en capital, comme sur la plateforme Anaxago, le secteur n'en est qu'au début de sa croissance.

Investir et participer

KissKissBankBank, Ulule, Babyloan… Ces noms commencent à être bien connus du grand public et du monde associatif français. Regroupés sous la large bannière du *crowdfunding*, de « crowd », la foule, traduit en français par « financement participatif » pour mieux faire ressortir une certaine implication des contributeurs, différents « métiers » sont à distinguer.

FINANCER DES PROJETS D'AVENIR

L'entreprise Anaxago est par exemple une plateforme d'investissement en capital pour des entreprises porteuses d'un projet d'innovation. « Nous proposons à des investisseurs de devenir actionnaires de jeunes entreprises qui souhaitent développer une innovation d'usage (un nouveau service) ou technologique et qui ont un projet de croissance », expose François Carbone, cofondateur d'Anaxago et président de Financement participatif France (FPF), l'association réunissant les professionnels du *crowdfunding* français. « Notre motivation était d'apporter du financement là où ça nous plaît le plus, et où il nous semble très utile, c'est-à-dire dans des projets d'avenir », poursuit François Carbone. Pleinement opérationnelle depuis septembre 2012, la plateforme a déjà servi d'intermédiaire à ses membres pour l'investissement de 2,4 millions d'euros. Aujourd'hui, elle compte 15 000 membres, et sa croissance s'élève à 30 % par mois.

Indéniablement, le concept plaît, quelle que soit la branche de la grande famille du *crowdfunding*. Les plateformes de don avec contrepartie en nature, comme KissKissBankBank ou Ulule, en France, qui proposent surtout une participation financière à des projets artistiques ou associatifs, sont celles qui drainent le plus grand nombre de projets, mais sur des enveloppes restreintes, autour de 3 000 euros en moyenne. S'agissant des plateformes de prêt, dont certaines proposent de contribuer à un financement contre un taux d'intérêt, et d'autres, plus proches de la microfinance, comme Babyloan (lire article page suivante), à des prêts non rémunérés pour aider des micro-entrepreneurs du Sud ou français, les enveloppes varient entre 3 000 et 15 000 euros, pour un nombre de contributeurs plus réduit. Quant aux plateformes d'investissement en capital telles qu'Anaxago, l'enveloppe moyenne se situe entre 150 000 et 200 000 euros, pour un nombre d'investisseurs plus faible encore. « Fin 2013, ce seront entre 70 et 80 millions d'euros qui auront été investis sur les plateformes par plus de 600 000 contributeurs. Entre 2012 et 2013, la croissance a été de l'ordre de 150 à 200 %, alors qu'à l'échelle mondiale, elle est autour de 100 %. L'intérêt des contributeurs pour donner, pour investir ou pour prêter est très important. »

CHANGER LE RAPPORT AUX PROJETS

Horizontal, collaboratif, mais aussi affectif, les atouts de séduction de ce mode de financement sont nombreux. Car si le *crowdfunding* ne réinvente pas des métiers qui existent depuis longtemps, « nous les réadaptons à l'âge d'Internet », souligne François Carbone. Et cela change le rapport aux projets concernés. Chez Anaxago, « nous automatisons un certain nombre de choses pour que tout aille plus vite pour les investisseurs et pour l'entreprise. Nous démocratisons l'investissement dans les jeunes entreprises sur les bases de la transparence, du choix, du sens et de la simplicité. Ce qui plaît aux investisseurs, c'est de pouvoir entrer en contact avec l'entrepreneur, de vivre un peu une aventure par procuration, contrairement aux modes de financement classiques qui font investir sur un panier d'entreprises desquelles on ne verra que des courbes d'évolution. Avec le *crowdfunding*, même si le financeur attend toujours un retour sur investissement, l'aventure humaine prend plus de place ». La proximité compte également, qu'elle soit géographique, de métier, ou de cœur lorsque ce sont les proches du porteur de projet qui le soutiennent.

UNE RÉVOLUTION DU FINANCEMENT ?

D'ici dix ans, pour le seul territoire français, les prévisions s'envolent à 8 milliards d'euros de volume potentiel du secteur. Il est en passe de devenir un modèle de financement à part entière. À ce titre, le gouvernement a entrepris, à la demande des professionnels, un assouplissement réglementaire qui entrera en vigueur dès 2014, ainsi que la création d'un statut pour les plateformes de financement participatif.

Dans son élan, le *crowdfunding* peut-il venir révolutionner le mode de financement des projets associatifs ? Selon le président de la FPF, « il est certain que pour les pouvoirs publics, cela peut être intéressant que des projets soient financés par le privé. On peut imaginer qu'en cas de succès de collecte pour certaines associations, il leur sera plus difficile d'obtenir des subventions. Mais, ce sera un problème de riche. L'autre possibilité, que l'on rencontre déjà aujourd'hui : le financement privé rassurera le financement public, qui suivra ».

• **Stéphanie Barzasi**

En savoir plus :
www.anaxago.com
http://financeparticipative.org

Vers un droit collaboratif…

Dans un monde pensé par le prisme de la propriété et juridiquement structuré en conséquence, le développement et la professionnalisation de l'économie collaborative via l'émergence des plateformes provoquent quelques remous.

Si l'économie collaborative existe de très longue date, l'utilisation des outils numériques combinée à une forme de nécessité économique la font d'un coup changer d'échelle, passer de l'ombre à la lumière et entrer par conséquent dans le radar des entreprises traditionnelles, du régulateur, et des administrations… notamment fiscales.

L'économie collaborative, notamment parce qu'elle fait une place à l'expérience du particulier se développe aux frontières des monopoles et se heurte aux barrières juridiques qui ont permis leur émergence : les réglementations sectorielles qui conditionnent l'accès à de nombreuses activités (diplômes, inscription à des registres, appartenance à un ordre…)et la propriété intellectuelle qui limite l'exploitation de certaines ressources.

LES POINTS DE VIGILANCE JURIDIQUE

L'économie collaborative invente de nouvelles formes d'intermédiation, via la création de plateformes permettant l'échange de pair à pair [1]. Ces plateformes permettent les échanges entre ceux qui détiennent une ressource et ceux qui en ont besoin ou entre ceux qui souhaitent construire une ressource commune. Lorsque l'échange est marchand, elles sécurisent aussi le paiement du service rendu.

Dans le cas d'échanges marchands (consommation collaborative), les utilisateurs, attirés par la possibilité d'un revenu complémentaire et souvent également par l'idée d'une société plus conviviale, peuvent être effrayés à l'idée des contraintes juridico-administratives auxquelles ils imaginent s'exposer.

Développer la microfinance

Avec la baisse des fonds publics, les institutions de microfinance (IMF) peinent à trouver des ressources. Dans ce contexte, les mécanismes de financement participatif leur offrent une alternative.

© Babyloan

En Europe, Babyloan est la plus importante plateforme de *crowdfunding* dans le secteur de la microfinance avec plus de 16000 micro-entrepreneurs soutenus dans 15 pays du monde (dont la France) grâce à une collecte de 7 millions d'euros de prêts solidaires cumulés auprès des internautes.

AFFECTER DES FONDS À UN PROJET IDENTIFIÉ

Les associations et ONG font depuis toujours appel à la générosité des particuliers pour soutenir leur cause. Néanmoins, ces dernières années, les plateformes Internet de *crowdfunding* qui permettent aux particuliers d'affecter des fonds à un projet identifié et non plus à une cause de manière globale, ont chamboulé nos comportements solidaires. En quelques clics, on peut soutenir un porteur de projet et suivre en toute transparence la traçabilité de l'affectation des financements et s'informer sur les projets, les risques et les modes de financement.

Les plateformes nouent des partenariats avec des institutions de microfinance locales. Ces IMF accompagnent les micro-entrepreneurs, octroient les microcrédits [1] et s'assurent du bon remboursement du prêt et du développement de l'activité. Ce sont des partenaires essentiels pour le suivi des porteurs de projet qui sollicitent un microcrédit. Les institutions remontent les profils d'un certain nombre de micro-entrepreneurs qu'elles financent afin qu'ils soient mis en ligne par la plateforme et visibles pour être refinancés par le grand public. Sur chaque profil sont visibles : la photo du micro-entrepreneur, sa situation familiale, économique et sociale, le montant et la durée du microcrédit sollicité, et l'activité développée grâce à l'emprunt.

Ainsi, l'internaute peut librement choisir le profil qu'il souhaite soutenir et lui faire un prêt (souvent non rémunéré afin d'avoir plus d'impact sur le terrain). Dans le cas de la plateforme Babyloan, le montant minimum du prêt est de 20 euros (auquel il faut ajouter une petite commission pour le fonctionnement du site), l'internaute est remboursé tous les mois et peut ensuite choisir d'être recrédité ou soutenir un autre micro-entrepreneur. Grâce au grand public, Gracelia, Équatorienne, a développé son élevage de cochons d'Inde ; Nour, en Palestine, a acheté un stock de vêtements pour sa friperie, ou Kokou au Togo a réparé son filet de pêche.

SE RECENTRER SUR L'IMPACT SOCIAL

L'effet de levier de ce mécanisme est considérable car une somme investie peut, une fois remboursée, financer un deuxième entrepreneur, puis un troisième, etc., et ainsi connaître plusieurs cycles de vie (par exemple, 100 euros prêtés sur 12 mois font 200 euros sur le terrain s'ils sont à nouveau prêtés au bout d'un an).

Les sites apportent ainsi une ressource financière à très bas coût (3-4 % généralement) auprès des opérateurs de terrain pour que, à terme, ceux-ci puissent baisser les taux d'intérêt pratiquer auprès des bénéficiaires et avoir une action sociale démultipliée. En effet, les IMF, pour octroyer des microcrédits, doivent se financer auprès des banques commerciales à des taux qui peuvent monter jusqu'à 15 %. Ce coût est inévitablement affecté auprès des micro-emprunteurs. En apportant une ligne de financement à des taux bien plus bas, les plateformes de *crowdfunding* de microcrédit solidaire contribuent au développement d'une microfinance centrée sur son impact social.

Aujourd'hui, il existe une trentaine de plateformes de ce type dans le monde ; les ressources issues des *crowdfunding* ne représentent qu'une goutte d'eau dans le secteur du microcrédit mais les sites de financement participatif affichent des taux de croissance à deux voire trois chiffres, ce qui laisse présager que le *crowdfunding* pourrait soutenir l'essor de la microfinance à hauteur de 10 % du financement de l'encours mondial des microcrédits d'ici dix ans. Aux États-Unis, environ deux habitants sur 1000 prêtent sur la plateforme Kiva [2]. Imaginons la même proportion en Europe : si 2 ‰ des 740 millions d'Européens ne prêtaient ne serait-ce que 20 euros sur une plateforme et qu'ils renouvelaient leur prêt chaque année après remboursement, en cinq ans, nous pourrions permettre à environ 370000 micro-entrepreneurs de créer ou développer leur business et sortir petit à petit de la précarité.

• **Florence de Maupeou**

Florence de Maupeou est directrice générale de Babyloan Networks.
www.babyloan.org

1. Les prêts, de montants modestes (400 € en moyenne), sont octroyés par les IMF aux personnes exclues du système bancaire traditionnel.
2. Créée en 2005 aux États-Unis, Kiva est la première plateforme dans le secteur de la microfinance. Elle a permis de lever plus de 500 millions de dollars de prêts solidaires pour financer 1,2 million de micro-entrepreneurs partout dans le monde.

Outre les barrières monopolistiques évoquées plus haut, quelques points de vigilance juridique sont à noter :
- La fiscalité : toute rémunération doit être déclarée aux services fiscaux, sauf quelques seuils de tolérance spécifiques ;
- Le contrat entre pairs : travail, service, bénévolat, auteur, coauteur… ;
- Le contrat entre la plateforme et les utilisateurs : répartition des rôles et responsabilités. Dans la très grande majorité des cas, les plateformes sont des intermédiaires, non responsables de la bonne exécution du service. De nombreuses plateformes proposent des solutions d'assurance afin de couvrir les cas de responsabilité qui ne seraient pas pris en compte par les polices existantes. Il n'y a pas encore suffisamment de recul pour savoir si ces solutions seront efficaces.

Comme il n'existe pas de « vérité juridique », surtout en zone grise, le « bon sens » de chacun et surtout le contrat sont donc aujourd'hui sur ces trois points, les régulateurs naturels du secteur.

AMÉLIORER LA QUALITÉ DE L'INFORMATION

Entre l'existence d'une réelle « zone grise » juridique et la peur de ne pas atteindre suffisamment vite le graal de la masse critique [2], les plateformes marchandes ont parfois des difficultés à fournir à leurs utilisateurs les informations qui leur permettraient de comprendre avec précision la situation juridique dans laquelle ils se trouvent en utilisant les services. Ce constat ne s'applique pas aux plateformes « libres », comme Wikipedia, puisqu'elles sont gouvernées par leur communauté qui clarifie elle-même ces informations.

C'est aussi pour réduire l'opacité de l'environnement juridique et proposer des solutions concrètes qu'un projet comme ShareLex a commencé à se développer auprès des acteurs de l'économie collaborative. Sur le modèle des plateformes « libres », ShareLex invite ceux qui le souhaitent à partager leurs connaissances juridiques et fiscales pour créer et diffuser des solutions concrètes afin que tous puissent affiner leur compréhension du cadre juridique de ces activités, marchandes ou non marchandes.

S'agissant des conditions générales d'utilisation (CGU) collaboratives, on ne peut pas encore s'enthousiasmer devant ces contrats qui restent souvent indigestes, non lus et ne permettent donc en aucun cas de vérifier le consentement de l'utilisateur. Les questions juridiques ne sont pas la priorité des plateformes et heureusement. Mais le secteur aurait beaucoup à gagner à améliorer la clarté des informations données et à simplifier considérablement leurs CGU pour en éliminer les clauses inutiles, au regard notamment des risques réels qu'elles cherchent à couvrir. Les indigestes CGU pourraient ainsi avantageusement se transformer en foire aux questions (FAQ) collaborative par exemple.

Souhaitons que les CGU deviennent progressivement le résultat d'un dialogue entre les utilisateurs des services et les plateformes, chacun cherchant à s'assurer qu'il s'est fait comprendre et que l'accord est bien réel.

GÉRER LES CONFLITS DE FAÇON COLLABORATIVE

Le recours au droit étant rarement une garantie satisfaisante dans les secteurs innovants, le dialogue, accompagné le cas échéant par la médiation, devrait s'imposer comme le mode privilégié de résolution des conflits des acteurs du secteur. Loin des tribunaux engorgés et coûteux, la médiation permet à la fois de régler les litiges entre utilisateurs et plateformes, mais surtout ceux qui surviennent entre les utilisateurs. La médiation permet aux personnes impliquées dans un conflit de trouver par elles-mêmes la solution à ce conflit. C'est un ➤

➤ processus collaboratif, confidentiel, rapide et efficace, qui ne prive pas d'un recours aux tribunaux si elle échoue.

Le régulateur est sollicité sur un mode défensif par les acteurs traditionnels qui cherchent à préserver leur monopole. Les acteurs de l'économie collaborative sollicitent le même régulateur sur un mode offensif pour assouplir des normes qui apparaissent peu adaptées et fragilise leur développement.

Le régulateur et l'autorité administrative sont donc pris en étau entre les deux, tentant de gérer les tensions que créent les nouveaux services de l'économie collaborative et s'en remettant finalement bien souvent au juge, qu'il soit administratif ou judiciaire, pour dire le droit.

Un exemple récent témoigne de cette attitude. Il concerne les voitures de tourisme avec chauffeur (VTC) et le décret imposant un délai d'attente minimum de 15 mn entre la réservation et la prise en charge du client. Pris contre l'avis pourtant circonstancié de l'Autorité de la concurrence, le régulateur impose à un service de s'automutiler pour ne pas concurrencer les acteurs en place. Ce décret sera sans doute contesté devant le Conseil d'État, occasionnant pour tous une dépense d'énergie et d'argent préjudiciable au final à l'ensemble des acteurs.

Dans cette situation et bien d'autres, des positions s'affichent, un militantisme refusant d'en rencontrer un autre, qui a tort par principe… Or, le dialogue entre ceux qui se sentent concernés par le sujet permettrait d'y voir plus clair, d'explorer la zone qui se situe entre des positions qui paraissent pourtant radicalement éloignées. Ce dialogue permettrait peut-être d'entendre également la voix des citoyens dans l'intérêt desquels chaque camp est sincèrement persuadé d'agir. Certains outils existent déjà, comme la plateforme Parlement & Citoyens [3], permettant la participation de chacun à l'élaboration de propositions de lois.

Un dialogue plus local, fait à la fois de rencontres physiques et de partage en ligne permettrait peut-être au régulateur de devenir le garant d'une écoute active de l'ensemble de ceux qui se sentent concernés par le sujet et de bénéficier de la créativité de ceux qui souhaitent s'impliquer dans le débat public, au-delà des intérêts particuliers.

• Anne-Laure Brun-Buisson

Anne-Laure Brun-Buisson est médiatrice, avocate, cofondatrice de ShareLex.
Plus d'infos sur www.dunerivealautre.net et www.sharelex.org

1. La diversité des plateformes a notamment été décrite par Michel Bauwens sur le blog de la P2P Foundation.
2. La masse critique est la taille minimale qu'une entreprise doit posséder pour s'introduire ou se maintenir sur un marché sans subir de handicap concurrentiel notable.
3. www.parlement-et-citoyens.fr

Connexions participatives

Modes de gouvernances horizontaux, structures à géométrie variable, champs d'action élargis, le numérique réinvente le fonctionnement du collectif et ses frontières.

Sans surprise, le numérique sous toutes ses formes s'introduit massivement dans le monde associatif, comme il s'immisce dans celui des entreprises et des administrations, et dans la vie quotidienne de chacun d'entre nous.

Certains effets de ce phénomène sont bien connus : possibilité de communiquer massivement à faible coût, simplification des interactions entre les membres de l'association, capacité à porter des initiatives à large échelle (comme dans les forums sociaux mondiaux), mobilisations impromptues autour d'un événement « smart mobs »)…

UN NOUVEL AGENCEMENT SOCIO-TECHNIQUE

Mais ces apports ne reflètent pas la profondeur des recompositions possibles du fait associatif quand ses acteurs s'emparent du numérique. Quatre changements semblent émerger de ce nouvel agencement socio-technique.

Le premier touche à la gouvernance interne des associations. Historiquement, elle est construite sur un modèle délégatif, avec une séparation nette entre membres élus bénévoles, dotés du pouvoir de décision, et salariés permanents.

La culture du numérique, telle qu'elle existe dans le monde du logiciel libre et des communautés de « hacktivistes » (à l'image du collectif Telecomix, intervenu notamment en Égypte en 2011 pour rétablir des connexions Internet), tend au contraire à favoriser des logiques de décision par consensus et un mode de reconnaissance méritocratique. Les décisions sont soumises à des débats ouverts qui valorisent ceux dont l'action est reconnue par leurs pairs. Certains parlent même de « do-ocratie ».

Cette horizontalité et cette prime à « ceux qui font » peuvent apporter un souffle neuf dans le mode d'organisation des associations. Ainsi le mouvement des Colibris, qui se définissent comme des « individus qui inventent, expérimentent et coopèrent concrètement, pour bâtir des modèles de vie en commun, respectueux de la nature et de l'être humain », a-t-il choisi une gouvernance inédite, caractérisée par un fonctionnement en cercles, une prise de décision par consentement et des élections sans candidats.

Un second changement concerne les sources possibles de financement des associations. Le *crowdfunding,* en permettant la levée massive de dons par le biais des réseaux en ligne, a ouvert une source complémentaire – et encore ténue – de financement jusqu'ici réservée aux grandes organisations non gouvernementales (ONG) urgentistes. Les plateformes pour le financement de projets solidaires se multiplient, certaines spécifiquement destinées aux associations, à l'image d'Easycoz, d'autres plus généralistes, comme Arizuka. Aux Pays-Bas, grâce à la plateforme Windcentrale, des citoyens ont récolté en moins d'une journée les fonds nécessaires à l'achat de leur propre éolienne. Une diversification dont on ne peut que se réjouir, mais qui risque aussi de modifier les choix d'engagement des associations, incitant celles-ci à choisir des « causes » susceptibles de séduire les foules, ce qui ne coïncide pas nécessairement avec le critère de l'intérêt général. La question d'un risque de désengagement de l'État est aussi posée quand on observe le fonctionnement d'une plateforme comme Citizinvestor, sur laquelle les municipalités soumettent à la générosité des internautes les projets dont elles ont du mal à boucler le financement.

Autre transformation, à classer sans hésiter du côté des bonnes nouvelles, le numérique permet un changement d'échelle de l'action associative et ouvre les champs du possible de la créativité sociale. C'est bien entendu vrai en matière de partage de savoir, comme l'illustre l'encyclopédie contributive Wikipédia ou la cartographie participative OpenStreetMap. Mais aussi d'actions de proximité dans les territoires, avec des projets menés entre voisins à l'échelle d'un quartier, par l'intermédiaire d'une plateforme en ligne comme celle de Change by Us, à New York. Le wiki des « recettes libres » de Brest, ou@-brest, vise à rendre visibles ces initiatives locales et à partager leur « mode d'emploi » pour inspirer d'autres collectifs et essaimer vers d'autres villes.

> *« Le numérique permet un changement d'échelle de l'action associative et ouvre les champs du possible de la créativité sociale. »*

Citons aussi Safecast, né au Japon après la catastrophe de Fukushima, et qui sollicite les internautes pour recueillir des données de radioactivité et établir des cartes indépendantes. Si ces projets intègrent le numérique dès leur conception, d'autres sont portés par des associations « pré-numériques », qui s'emparent des technologies pour mener à bien de nouveaux projets. Ainsi, ATD Quart Monde s'est appuyé sur des outils comme la vidéo ou Skype pour aider des individus en grande fragilité à reconstruire l'estime d'eux-mêmes et à retisser des liens sociaux. Au final, le numérique permet d'augmenter et de diversifier l'innovation sociale et citoyenne.

FLOUTAGE DES FRONTIÈRES DE L'ASSOCIATIF

Enfin, quatrième changement majeur, le numérique participe d'un « floutage » des frontières du monde associatif. Organisés en réseaux, selon des logiques de pouvoir tournant entre pairs, alimentés par des énergies bénévoles, de nombreux collectifs préfèrent rester informels, le statut associatif leur apparaissant comme superflu. C'est le cas, par exemple, de Savoirscom1, collectif engagé autour du partage des biens communs de la connaissance. Ceci facilite également la mise en réseau avec d'autres collectifs, selon des articulations à géométrie variable. C'est ainsi que peuvent s'organiser de grandes mobilisations internationales, comme on a pu en observer en 2011-2012 contre le projet d'accord commercial anti-contrefaçon *(Anti-Counterfeiting Trade Agreement,* ou ACTA).

Le statut associatif a été créé pour protéger et légitimiser des acteurs informels. Aujourd'hui, nous assistons au phénomène inverse, sans qu'aient été évaluées les conséquences sur le caractère « d'école de la démocratie » des associations. Pour autant, ces communautés actives participent très exactement de l'esprit associatif et, de fait, elles en amplifient la portée « hors les murs ».

En bousculant le monde associatif, le numérique lui conserve son caractère ascendant, au plus près des besoins d'un monde en pleine transformation.

• Valérie Peugeot

Valérie Peugeot est présidente de l'association Vecam, membre du conseil d'administration de la Fonda, think tank associatif : www.fonda.asso.fr et vice-présidente du Conseil national du numérique.

Cette tribune est parue dans le supplément du *Monde* « associations et fondations », datée du 3 décembre 2013. Elle est disponible en version électronique sur le site www.lemonde.fr

IDÉE

« Nous sommes en train de changer d'ère »

Le peer-to-peer, pour le grand public, c'est d'abord des plateformes de partage de musique ou de films, à la limite de la légalité. Mais ce modèle marginal s'est développé et commence à apparaître comme une véritable alternative à l'économie de marché telle qu'elle domine aujourd'hui. Entretien avec Michel Bauwens, théoricien belge et créateur de la P2P Foundation [1].

Les Idées en mouvement : Pour vous, l'économie collaborative est une « nouvelle économie de marché plus distribuée ». D'autres parlent « d'hyperconsommation ». La collaboration entre pairs est en revanche, à vos yeux, plus constructive. Pouvez-vous nous expliquer pourquoi ?

Michel Bauwens : Il est important de distinguer différents aspects, ce qui nous oblige à employer des termes économiques. À mon avis, l'économie collaborative renvoie à deux formes distinctes de mutualisation. Tout d'abord, la mutualisation du savoir, dans des nouveaux biens communs ou, pour utiliser le langage des économistes, dans de nouveaux « communs » (commons) de connaissances, de logiciels et de design. Ce sont par exemple le logiciel libre, le design et les machines ouvertes. La mutualisation des infrastructures physiques, ensuite ; comme il s'agit soit de biens « non-rivaux », soit de biens « rivaux », leurs caractéristiques et conditions d'existence sont très différentes (en économie, la notion de biens rivaux désigne les biens dont la consommation par un agent empêche la consommation par d'autres agents ; ainsi une pomme ne peut être mangée qu'une fois par une seule personne ; les biens non-rivaux peuvent être consommés par plusieurs agents simultanément sans entraîner de perte).

Créer des biens communs immatériels est le plus facile et nous avons déjà des communautés et des coalitions entrepreneuriales très fortes dans ces domaines. En général, bien que les communautés soient puissantes et souvent organisées par le biais de fondations, l'économie de ce secteur est toujours majoritairement capitaliste ; mais il s'agit d'une forme de marché qui respecte le commun, ainsi que le co-construit, comme on le voit dans les rapports plutôt harmonieux entre IBM et le logiciel libre Linux. Dans la mutualisation physique, comme dans la consommation collaborative, nous trouvons en majorité des start-up, mais avec des communautés bien plus faibles, car matériellement plus dépendantes des capitaux qu'apporte le secteur privé.

Mais attention, la dynamique peer-to-peer du commun, où les communautés ouvertes s'auto-organisent pour créer de vrais biens communs, est bien différente des « places de marché peer-to-peer », où les individus ne construisent pas du commun, mais entretiennent en général des rapports marchands. Il y a donc un vrai peer-to-peer « commun » et un peer-to-peer « marchand », qui ne se confondent pas.

> *« La solution, pour ceux qui souhaitent le développement du peer-to-peer, est de faire converger l'économie du commun avec l'économie coopérative. »*

Le problème essentiel est le suivant : nous pouvons aujourd'hui construire le commun, mais pas en vivre sans travailler pour des firmes classiques. La solution, pour ceux qui, comme moi, souhaitent le développement du peer-to-peer, est de faire converger l'économie du commun avec l'économie coopérative. Ainsi, les contributeurs de l'économie du commun pourront créer leur propre structure coopérative, et donc vivre directement de leur travail.

Il existe des dynamiques peer-to-peer dans tous les secteurs de la société et de l'activité humaine (production, consommation, modes de gouvernances, modèles de propriété). En quoi cela constitue-t-il une révolution pour les économies futures ?

Dans mon interprétation de l'histoire humaine, je m'inspire de l'analyse d'un anthropologue, Alan Page Fiske. Il distingue quatre types de relations humaines. Ces dernières sont présentes à toutes les époques et dans toutes les régions, et souvent, le modèle économique dominant est basé sur l'une de ces relations. Les quatre types de relations définissent donc quatre grandes époques. Les civilisations tribales évoluent d'une dynamique des communs vers une économie du don, comme l'a décrite l'anthropologue Marcel Mauss, suivie par les modèles d'allocations hiérarchiques de type féodal et ensuite par les modèles de marché qui dominent actuellement.

Selon l'hypothèse peer-to-peer, la nouvelle dynamique est un retour au modèle des communs, premier modèle humain, mais avec une différence monumentale : l'échelle. Nous pouvons en effet aujourd'hui faire vivre une dynamique des biens communs à l'échelle mondiale. Donc, dans le nouveau système, qui se développe encore aujourd'hui à l'intérieur du modèle dominant du marché, c'est le commun qui est au cœur de la société : des réseaux mondiaux de contributeurs créent ensemble de vastes « communs » de connaissances, de logiciels et de design.

Il s'agit donc d'un renversement. Aujourd'hui, la compétition prime, et à l'intérieur des entités compétitives, on collabore ; dans le nouveau système, on collabore dans la construction du commun, et autour de cette collaboration, se construit une compétitivité. Le commun est au centre, le marché éthique et post-capitaliste gravite autour du commun, il est co-créé par le commun. L'État partenaire crée les institutions et infrastructures communes pour faire fonctionner tout le système. À l'intérieur des « communs », ne règnent ni le marché, ni la planification, mais la coordination mutuelle à grande échelle, aussi bien pour la production immatérielle que matérielle. L'ensemble se configure ainsi : conception globale ouverte, production manufacturière locale, associations coopératives globales.

Jusqu'où ira le peer-to-peer ? Va-t-il et peut-il remplacer le capitalisme ?

Ma conviction est que nous sommes en train de changer d'ère. L'effervescence actuelle signale un mouvement d'ampleur plus vaste, et la bascule se fera à partir du moment où l'on observera ce qu'on appelle en anglais le *« scaling »*, le passage à une échelle supérieure. Les dynamiques qu'on observe aujourd'hui dans les petits groupes seront tôt ou tard « mises à l'échelle ». D'ores et déjà elles ont gagné des mondes comme la production d'énergie ou la fabrication d'objets industriels, avec les imprimantes 3D. Le monde change à vitesse Grand V.

Pour faciliter la transition de la production entre pairs vers un statut de véritable système de production, il faudra des innovations juridiques. Par exemple, un nouveau type de licence serait envisageable : si un individu contribue au commun, il peut aussi l'utiliser gratuitement ; en revanche, s'il en profite sans contribuer, il contribue sous forme de paiement. De cette façon, les *commoners* seront incités à favoriser leur propre production sociale en lien direct avec la création de valeur. Il devrait également être possible de changer les formes légales des entreprises qui occupent la sphère du marché, en opérant un déplacement des entreprises *profit-maximizers* à des *product-maximizers,* favorisant la synergie entre consommateur et producteur. Il faut que les entreprises ne soient pas structurellement incitées à être des requins, mais des dauphins.

La socialisation peer-to-peer a commencé dans le virtuel et s'est traduite dans la vie matérielle. Il est maintenant question de faire sortir les pratiques des conditions d'émergence. Le P2P doit acquérir la responsabilité de ses moyens de production. On n'en est pas loin. Aujourd'hui, pour sauver le capitalisme, il faudra intégrer la transition écologique, mais aussi les innovations qui viennent du peer-to-peer. C'est le défi des années à venir.

• Propos recueillis par Richard Robert

1. La P2P Foundation est une organisation internationale qui se consacre à l'étude, à la diffusion et à la promotion des pratiques de peer-to-peer. http://p2pfoundation.net